Manuel d'utilisation Mailchimp

Sommaire

I) L'onglet « My Account » 2

Pour gérer vos utilisateurs 3

Pour gérer votre facturation et vos abonnements 3

II) L'onglet « Campaigns » 4

Les différents types de campagnes 4

Création d'une campagne régulière 5

Etape 1 – réglages, informations et statistiques 5

Etape 2 – sélection d'un template 6

Etape 3 – création et design de l'emailing 6

Etape 4 – Le mode prévue, email test et tests des liens 7

Etape 5 – confirmation et programmation 9

Création d'une campagne A/B Split (campagne test) 10

III) L'onglet « Templates » 10

Création d'un template 11

..... 11

IV) L'onglet « Lists» 12

Fonctions générales 12

Création d'une liste 12

Création d'un segment 14

V) L'onglet « Reports» 15

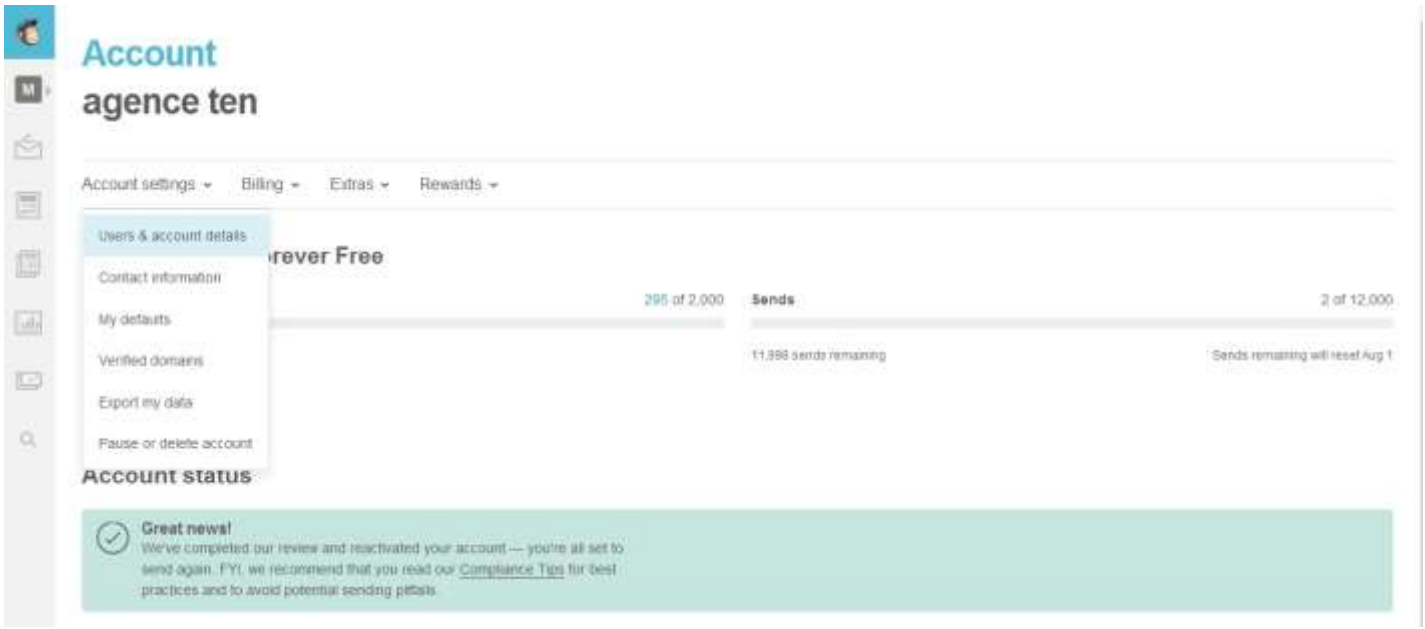
Des statistiques détaillés 15

VI) L'onglet « Autoresponders» 16

Créer un répondeur automatique 17

Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

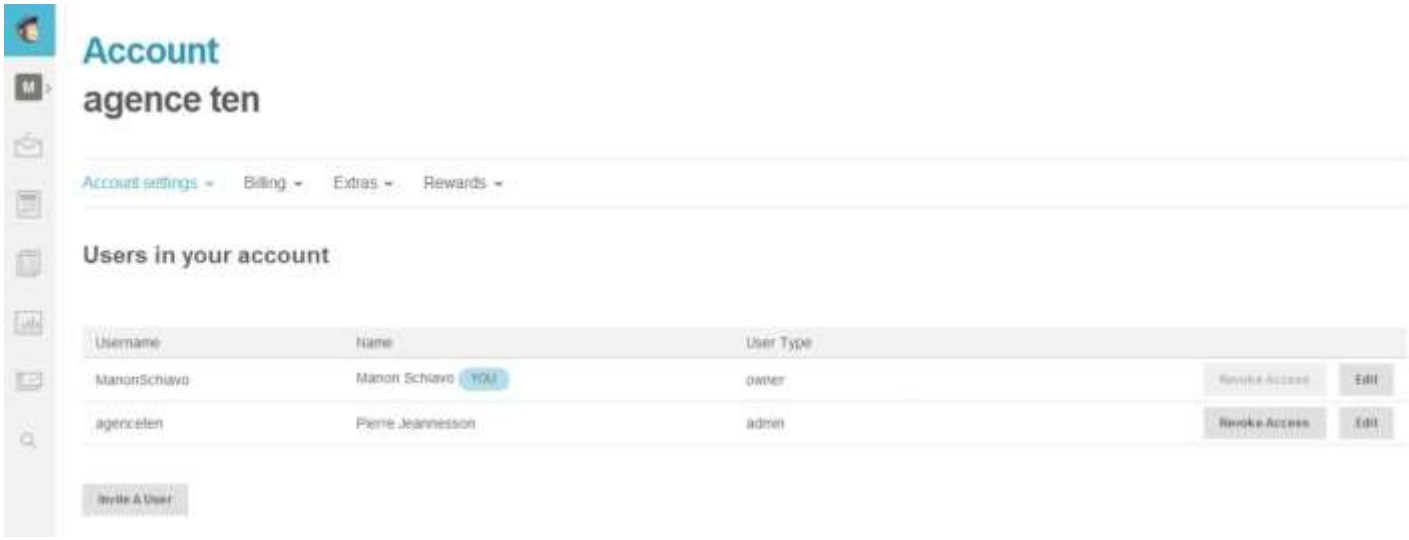
I) L'onglet « My Account »



Cet onglet permet de gérer votre compte Mailchimp. Vous pouvez modifier, supprimer ou ajouter des utilisateurs sur votre compte, gérer vos informations de facturation, gérer vos abonnements ainsi que toutes les applications liées à Mailchimp.

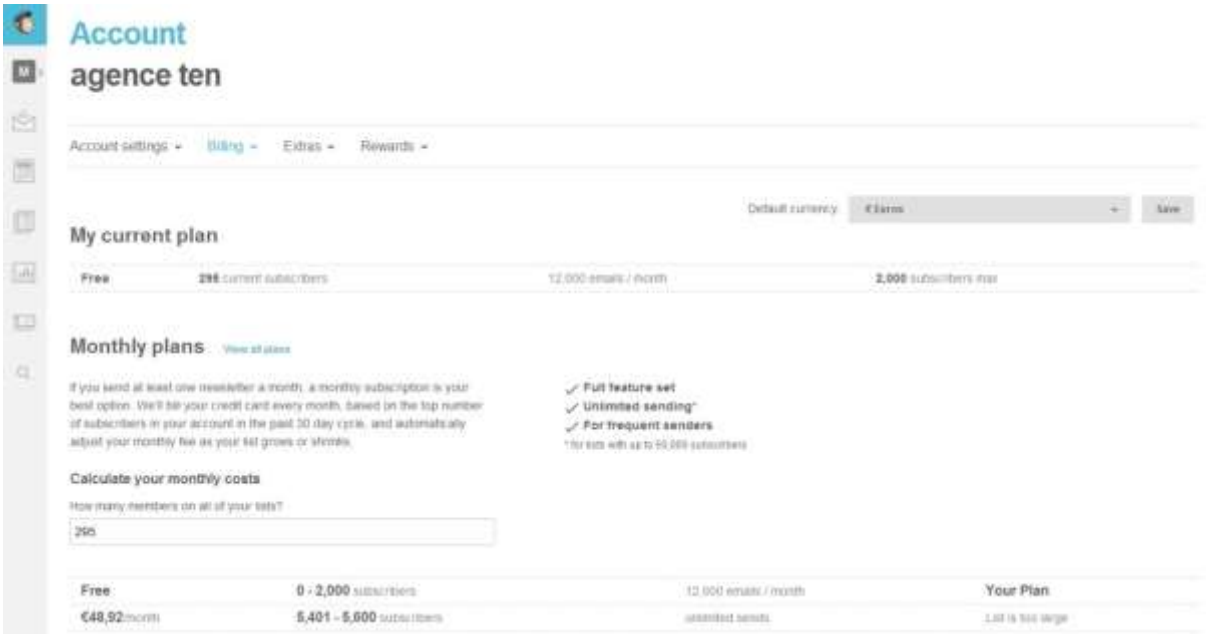
Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

Pour gérer vos utilisateurs



Dans le sous-menu « Users & account detail », vous pouvez voir qui sont les utilisateurs de votre compte et modifier les accès à votre compte Mailchimp. Un email est envoyé à un utilisateur que vous ajoutez ou dont vous révoquez l'accès.
De plus, vous pouvez donner différents types d'accès à un utilisateur (administrateur, éditeur, lecteur) ce qui peut être utile lorsque vos clients souhaitent voir d'eux même les résultats sans pour autant qu'ils puissent envoyer des campagnes d'emailing via votre compte.

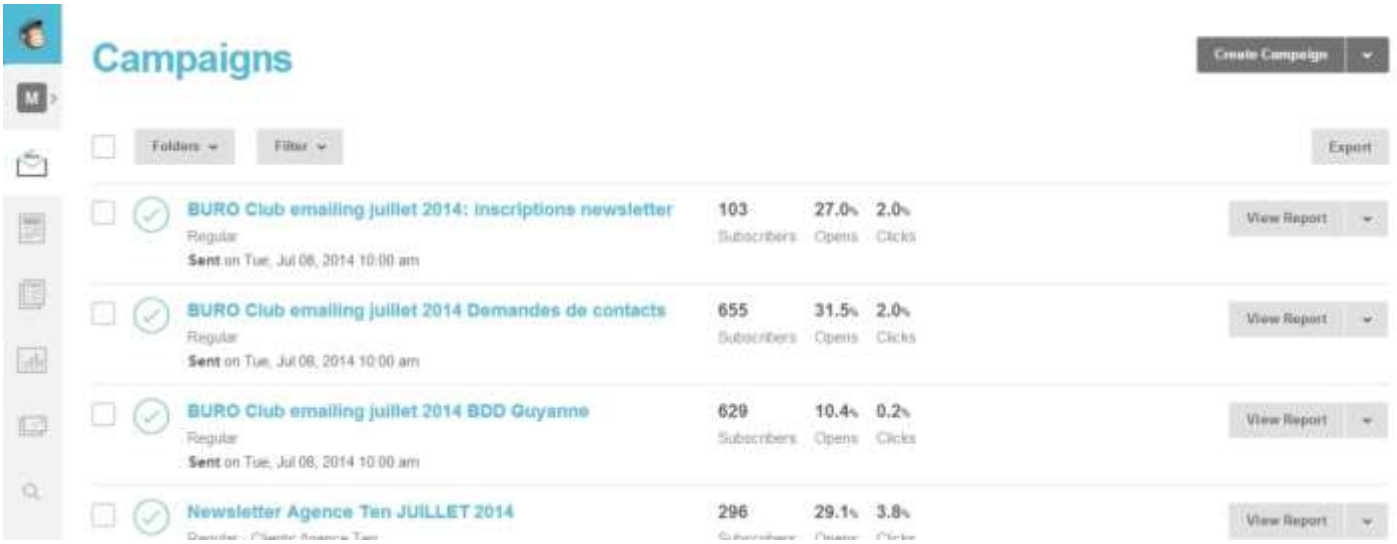
Pour gérer votre facturation et vos abonnements



Dans cette rubrique vous pouvez choisir la formule qui vous correspond afin de pouvoir envoyer vos emailing.

Petit rappel : L'envoi d'emails de 0 à 2000 contacts est gratuit jusqu'à 12 000 emails par mois. Lorsque vous envoyez un emailing à plus de 2000 contacts vous devez payer. Mailchimp adapte ses prix automatiquement chaque mois en fonction de la grandeur de vos listes (il prend en compte les désinscriptions par exemple). Ainsi lorsque vous savez que vous envoyez à moins de 2000 personnes dans le mois, je vous conseille d'exporter vos listes (en format CSV via Mailchimp) et de les enlever de Mailchimp. Ainsi vous pourrez dans ce sous menu repasser en « plan gratuit » facilement et économiser de l'argent.

II) L'onglet « Campaigns »



L'onglet « campaigns » vous donne les principales statistiques de vos dernières campagnes et vous permet de pouvoir créer des campagnes.

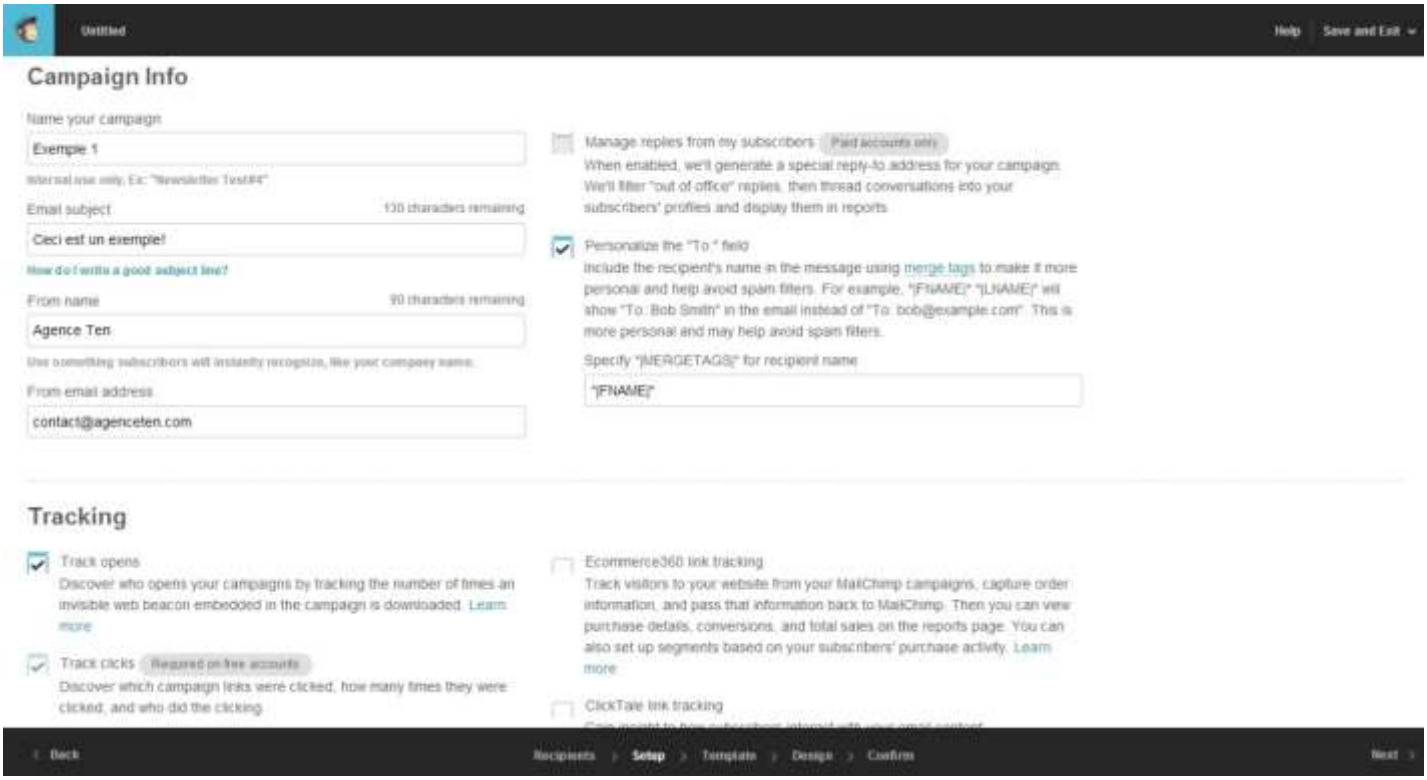
Les différents types de campagnes

Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

Lorsque vous créez une campagne, plusieurs choix s'offrent à vous :
- La campagne régulière (la plus utilisée)
- La campagne Plain-text (email en format texte – peu de possibilités de mise en forme)
- La campagne A/B Split (campagne test sur un échantillon réduit – permet de déterminer quel jour de la semaine obtient les meilleurs taux d'ouverture, le moment de la journée qui fonctionne le mieux pour votre contenu, quels objets d'email sont les plus efficaces, etc)
- La campagne RSS (basée sur les flux RSS d'un blog par exemple)

Création d'une campagne régulière

Etape 1 – réglages, informations et statistiques

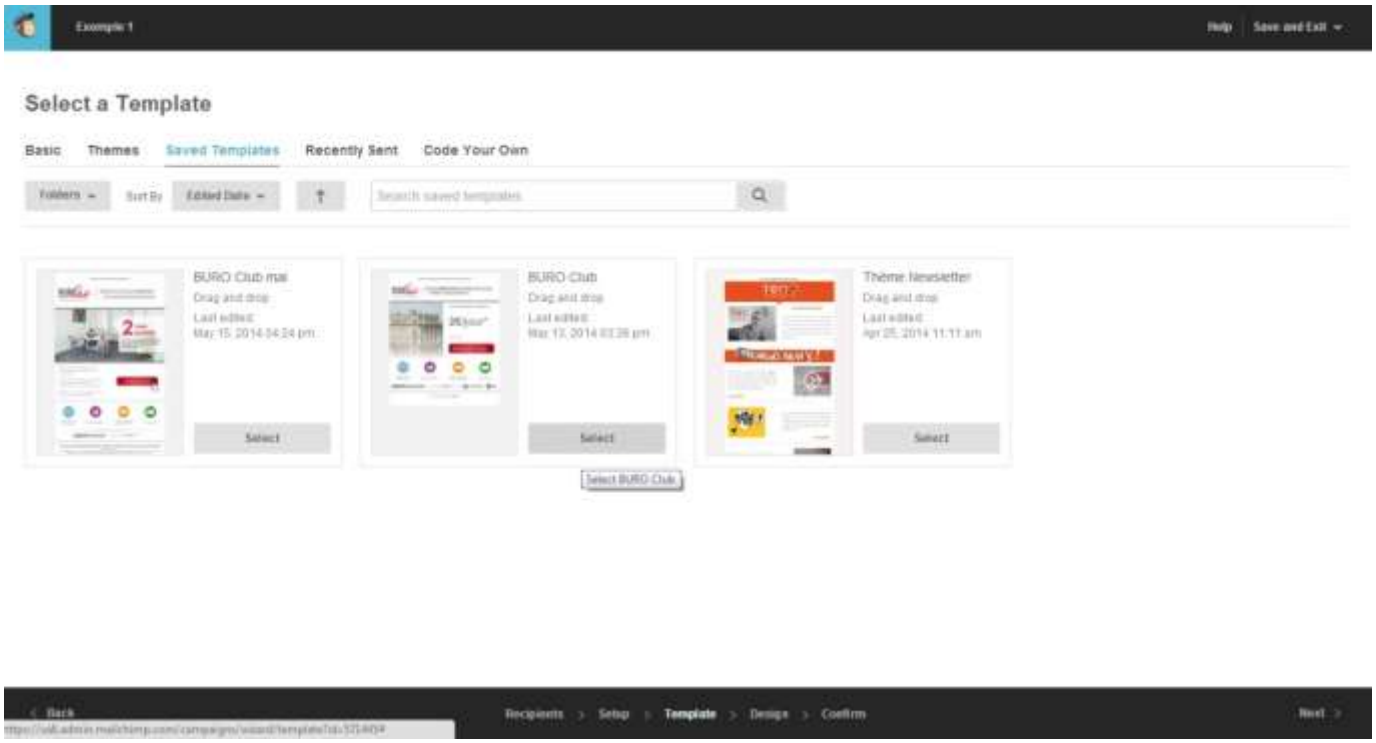

Untitled
Help
Save and Exit
Campaign Info
Name your campaign
Exemple 1
Email subject
130 characters remaining
Ceci est un exemple!
How do I write a good subject line?
From name
90 characters remaining
Agence Ten
From email address
contact@agenceten.com
Manage replies from my subscribers
Paid accounts only
When enabled, we'll generate a special reply-to address for your campaign. We'll filter "out of office" replies, then thread conversations into your subscribers' profiles and display them in reports.
Personalize the "To:" field
Include the recipient's name in the message using merge tags to make it more personal and help avoid spam filters. For example, *|FNAME|* *|LNAME|* will show "To: Bob Smith" in the email instead of "To: bob@example.com". This is more personal and may help avoid spam filters.
Specify *|MERGETAGS|* for recipient name
|FNAME|
Tracking
Track opens
Discover who opens your campaigns by tracking the number of times an invisible web beacon embedded in the campaign is downloaded. Learn more
Track clicks
Required on free accounts
Discover which campaign links were clicked, how many times they were clicked, and who did the clicking
Ecommerce360 link tracking
Track visitors to your website from your MailChimp campaigns, capture order information, and pass that information back to MailChimp. Then you can view purchase details, conversions, and total sales on the reports page. You can also set up segments based on your subscribers' purchase activity. Learn more
ClickTale link tracking
Back
Recipients
Setup
Template
Design
Confirm
Next

Créer une campagne dans Mailchimp ne relève pas du compliqué. Une fois que vous avez choisi votre type de campagne (ici régulière), il vous suffit de remplir les informations demandées (objet de la newsletter, le nom de l'expéditeur) et de cocher les cases relatives au tracking :

- Tracking des ouvertures
- Tracking des clics
- Tracking via Google Analytics
- Posts automatiques sur les réseaux sociaux (pensez à renseigner les réseaux de l'entreprise)

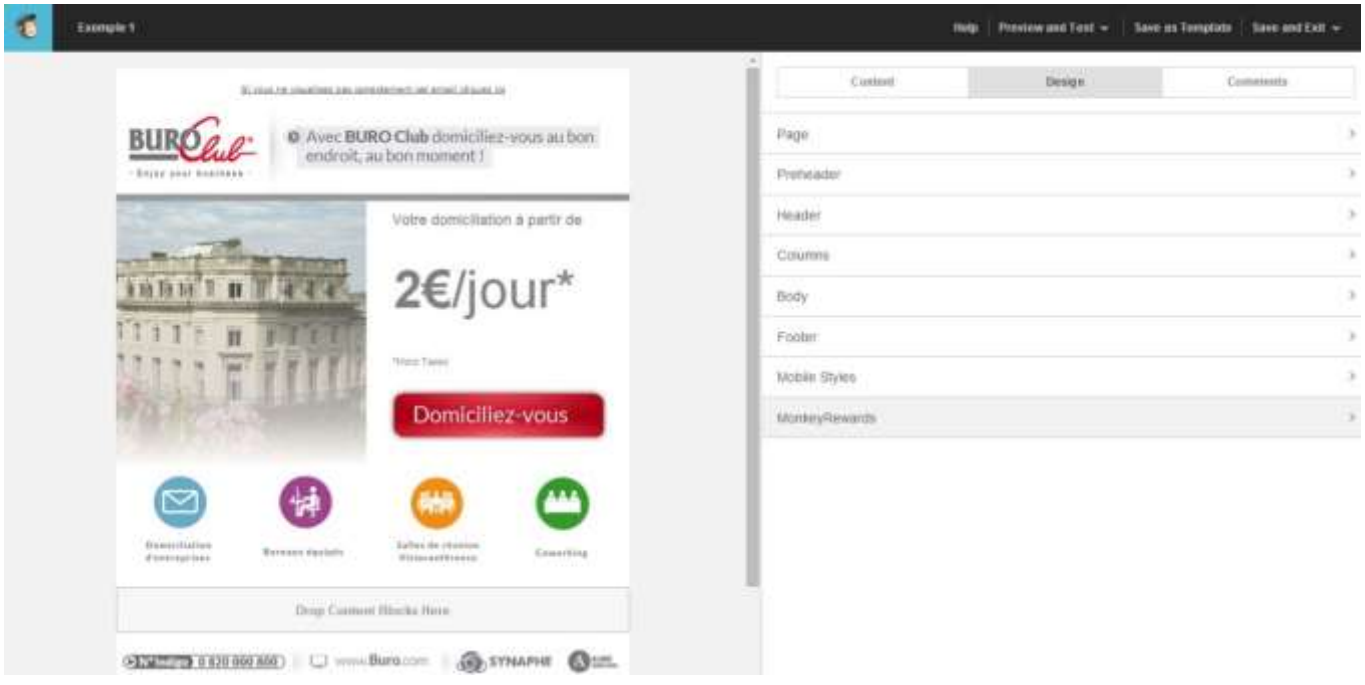
Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

Etape 2 – sélection d'un template



Une fois que vous avez rempli les renseignements demandés, il vous suffit de choisir un template. Vous pouvez choisir un template Basic qui sera modulable ou un template que vous avez déjà créé. Il est également possible d'importer du code HTML ou de coder votre newsletter dans « Code Your Own ».

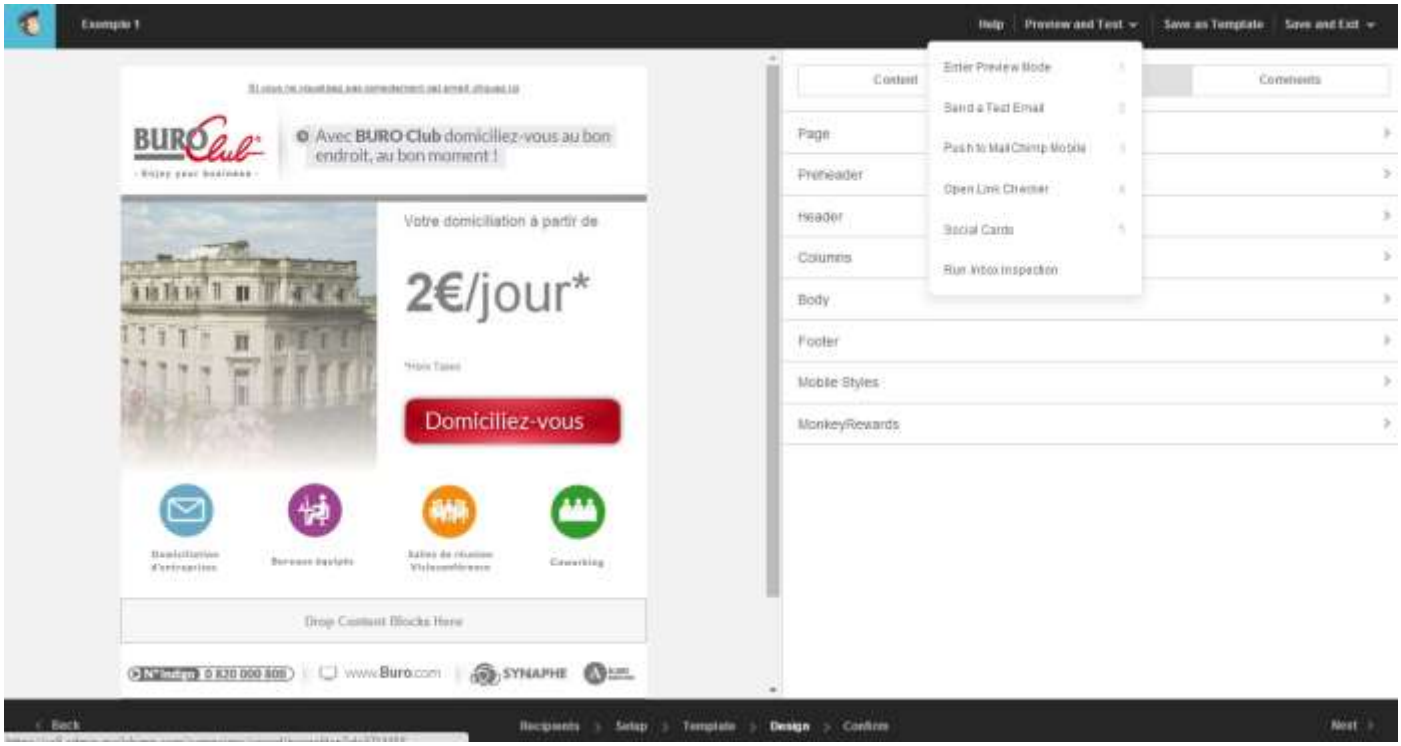
Etape 3 – création et design de l'emailing



Vous pouvez ajouter ou supprimer des blocs dans votre template (bloc image, bloc réseaux sociaux, bloc texte et autres fonctionnalités) dans la fenêtre « Content ».
Dans la fenêtre « Design » vous pouvez modifier l'arrière-plan, mettre des bordures, choisir l'espacement entre les mots et les lignes.

Astuce : Si vous disposez de la version payante de Mailchimp, pour faire disparaître le tampon Mailchimp qui s'affichera en bas de votre newsletter, il vous suffit d'aller dans la fenêtre « Design » et de sélectionner « MonkeyRewards », vous pourrez ensuite supprimer l'affichage de ce tampon.

Etape 4 – Le mode prévue, email test et tests des liens

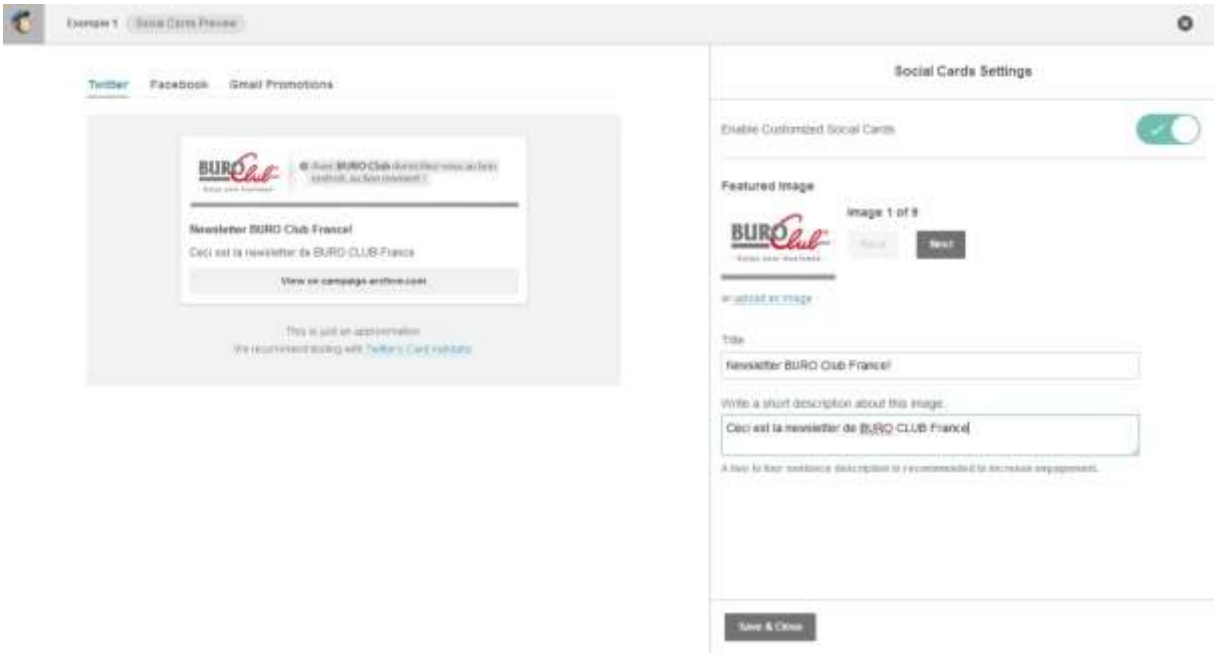


Avant l'envoi de votre newsletter, il est fortement conseillé de faire des tests. Pour cela, allez dans « Preview and Test » et envoyez des emails tests. Vous pourrez inclure dans cet email des instructions visibles pour les destinataires du mail.
Vous pouvez également prévisualiser le rendu de votre newsletter à la fois sur PC mais aussi sur téléphone portable.

Astuces :

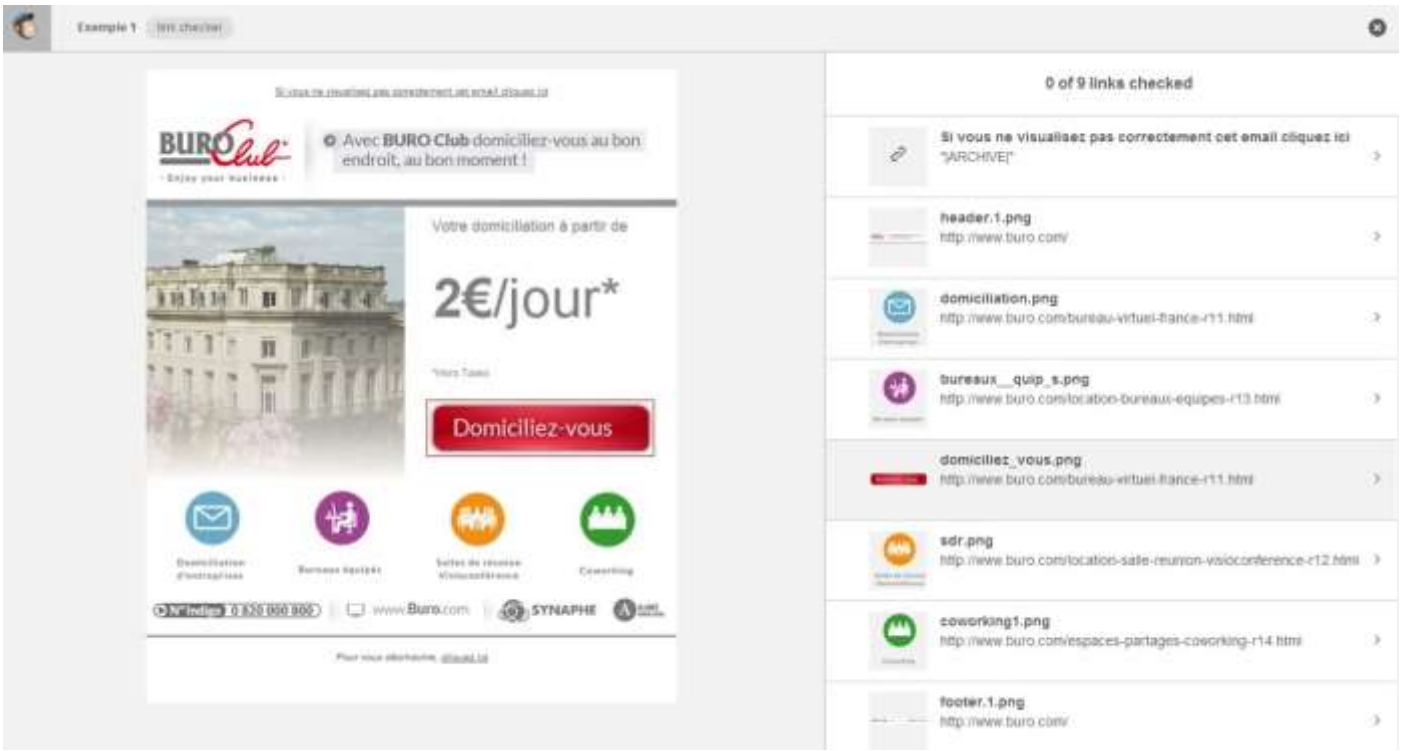
- Il est fortement conseillé d'activer l'option « Social Cards » de Mailchimp dans toutes vos campagnes. En effet, vous pouvez choisir une image et du texte qui seront affichés lorsque votre campagne sera partagé par des internautes sur Twitter et Facebook (image ci-dessous).

Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

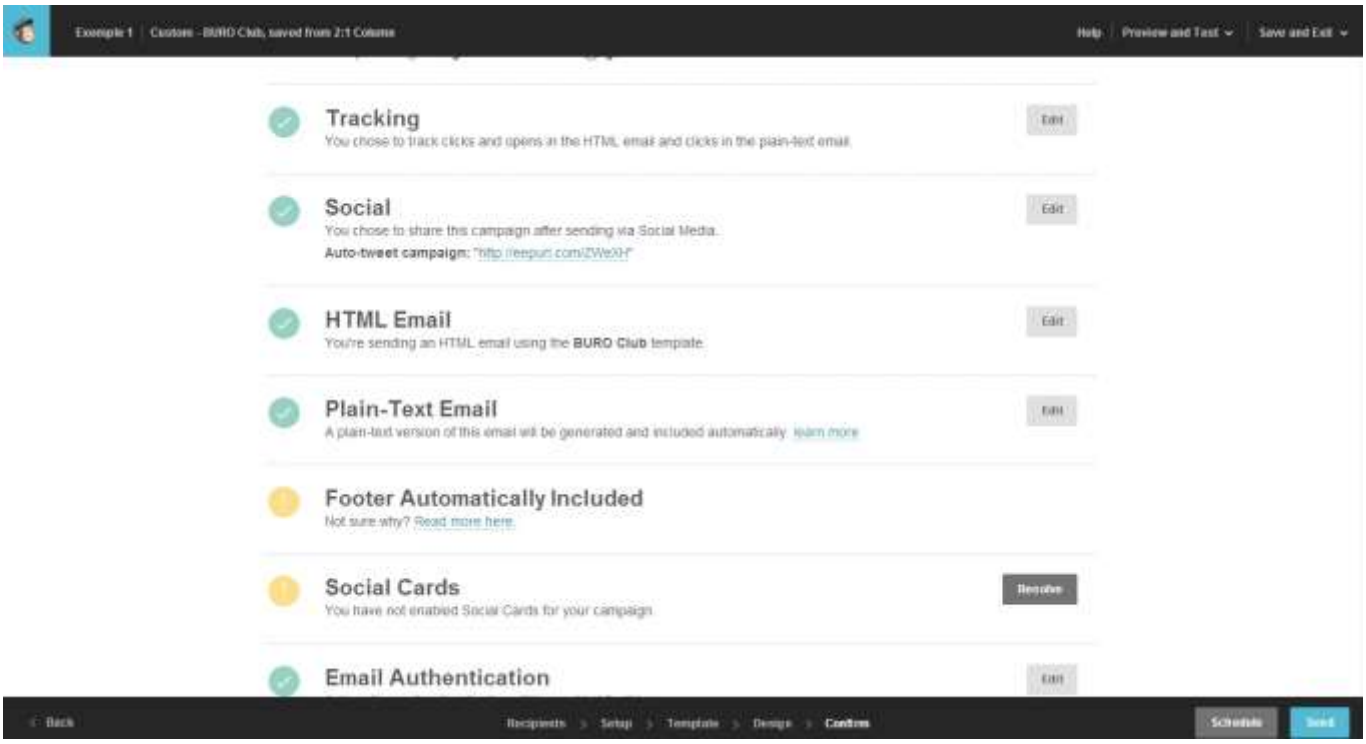


(social card)

- En cliquant sur « Open Link Checker », vous pourrez visualiser tous les liens présents dans votre newsletter ce qui vous permettra de les vérifier plus facilement (image ci-dessous).



Etape 5 – confirmation et programmation



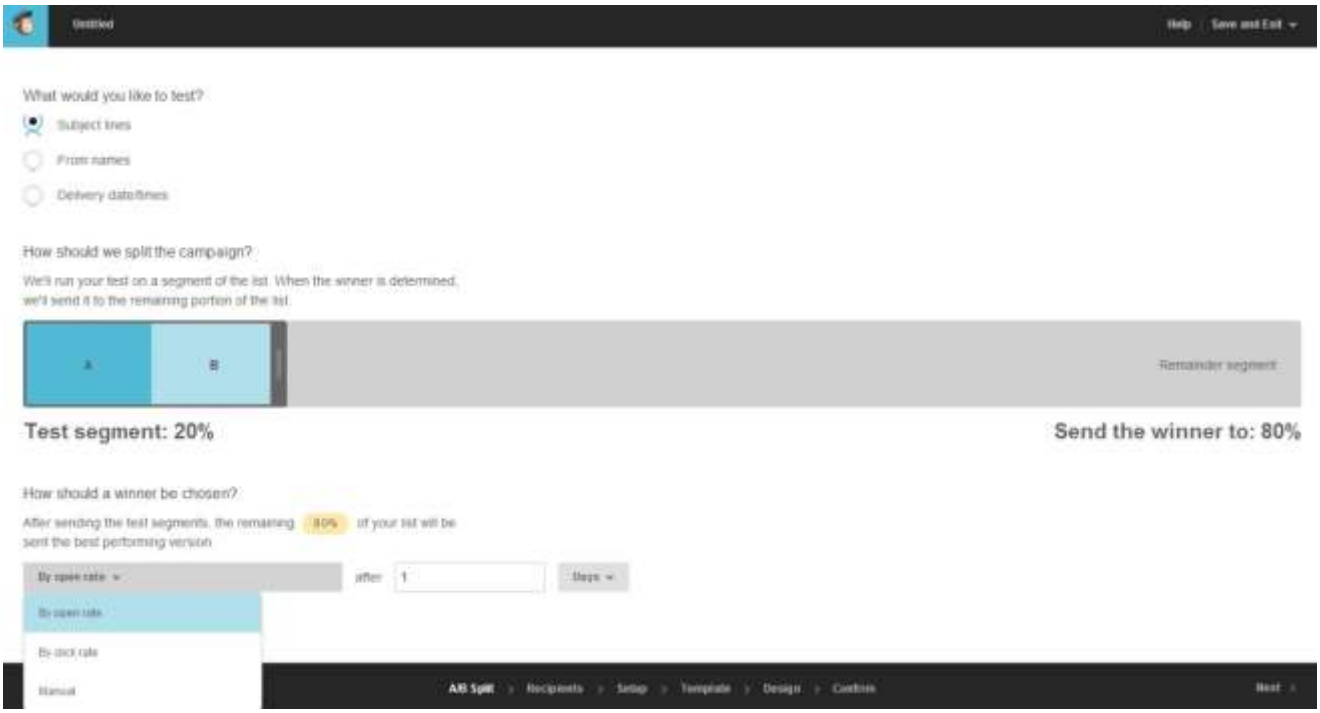
Une fois votre visuel terminé, vient l'étape de la confirmation. Sur cette étape, vous pouvez voir tous les dysfonctionnements et éventuels oublis liés à l'envoie de la newsletter. Mailchimp vous aide à les corriger.

Astuce : Vous pouvez également programmer l'envoi de votre campagne grâce au mode « Schedule ».

Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

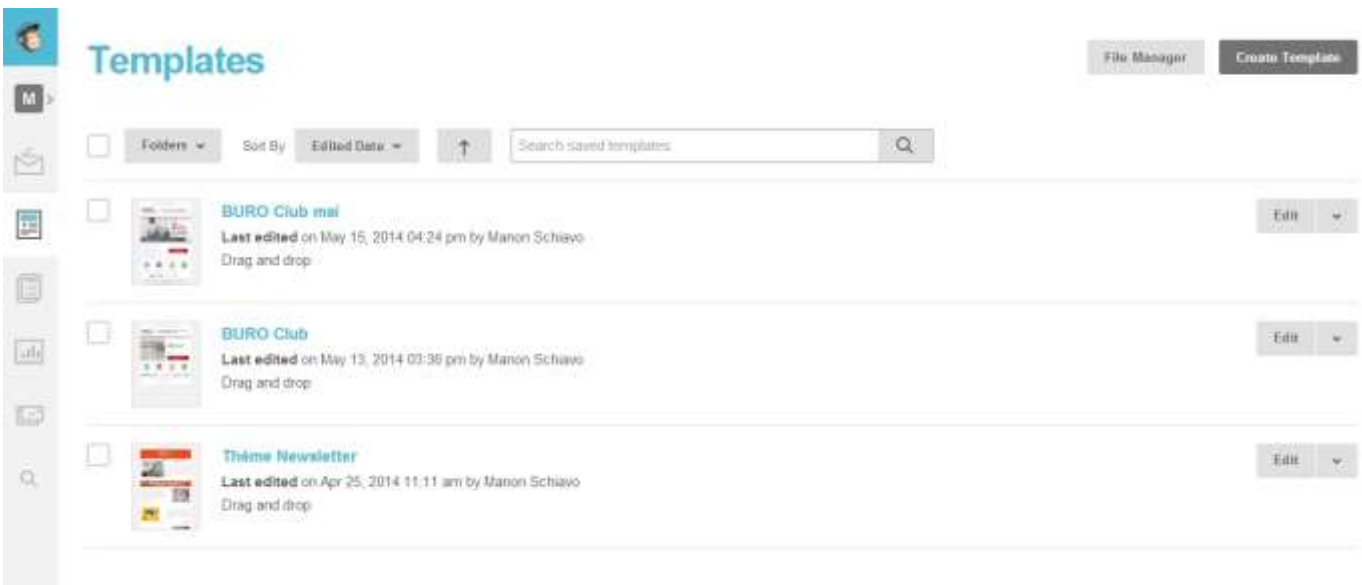
Création d'une campagne A/B Split (campagne test)

Le principe est exactement le même que la campagne régulière sauf à la première étape :



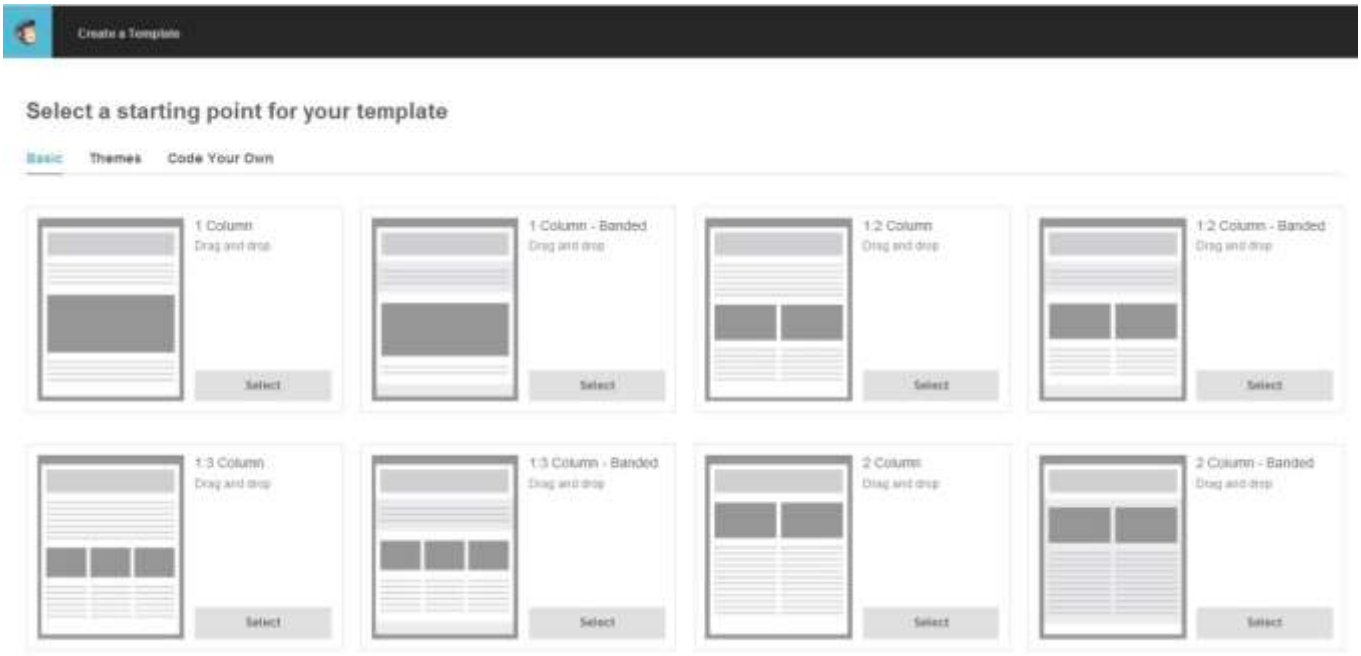
En effet, il s'agit simplement ici de renseigner à qui vous souhaitez envoyer le test (ici 20% de la liste) et de déterminer les « conditions gagnantes » par exemple une ouverture de la campagne un jour après l'envoi. Ne seront retenus que les abonnés qui remplissent cette condition.
Les étapes suivantes sont les même qu'un envoi d'emailing classique.

III) L'onglet « Templates »

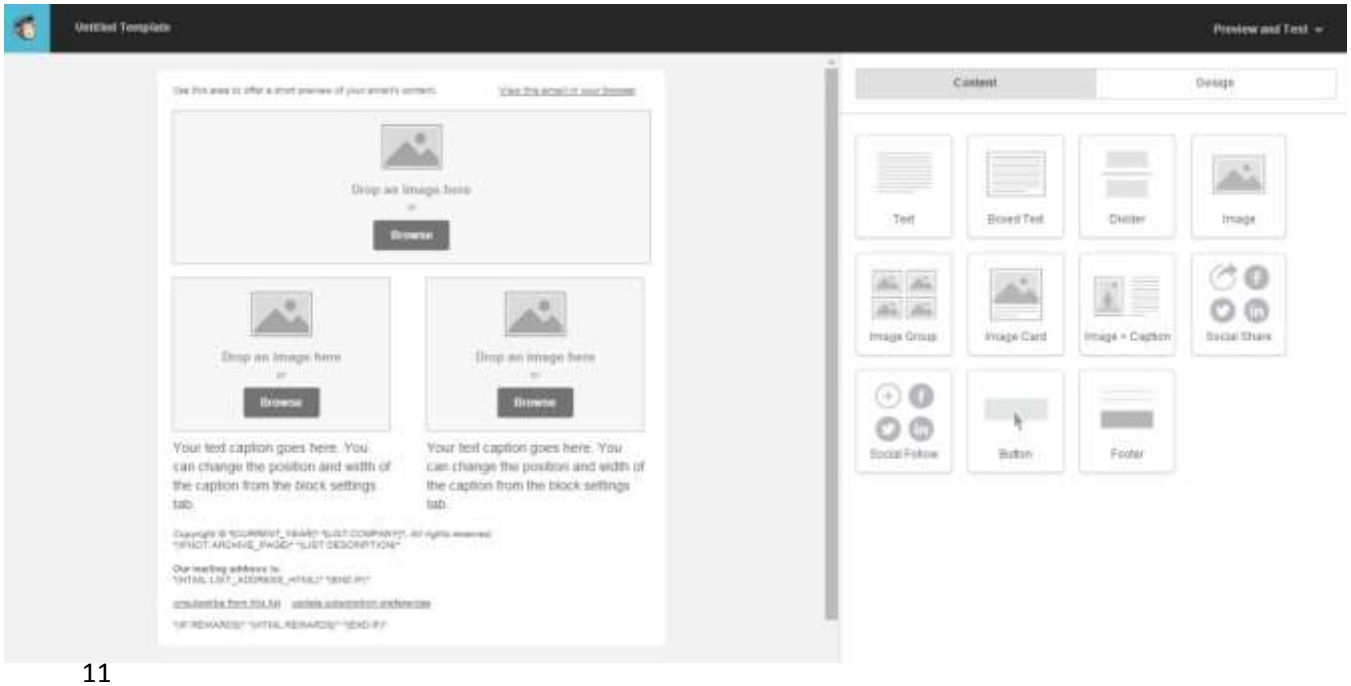


Dans cet onglet, vous pouvez créer, éditer ou supprimer des templates pour vos newsletters.

Création d'un template



Pour créer un template, cliquez sur « create a template » et sélectionner un template de base. Si aucun basic ne vous convient, choisissez celui qui se rapproche le plus de ce que vous voulez faire et qui vous offre le plus d'opportunités au niveau de la modification (un template en 2 colonnes ne vous offrira pas les mêmes opportunités de modification qu'un template en 3 colonnes).



Une fois que vous avez choisi votre template, vous devez le personnaliser. Un conseil : personnalisez seulement la forme et la structure (header, footer, bannière, typographie, disposition des blocs).
Dans la fenêtre « Design », vous avez la possibilité de modifier les arrières plans, les bordures, les espacements et autres points techniques du template.
Une fois votre template terminé, enregistrez le. Vous pourrez ainsi l'utilisez lors de votre prochaine campagne.

IV) L'onglet « Lists»

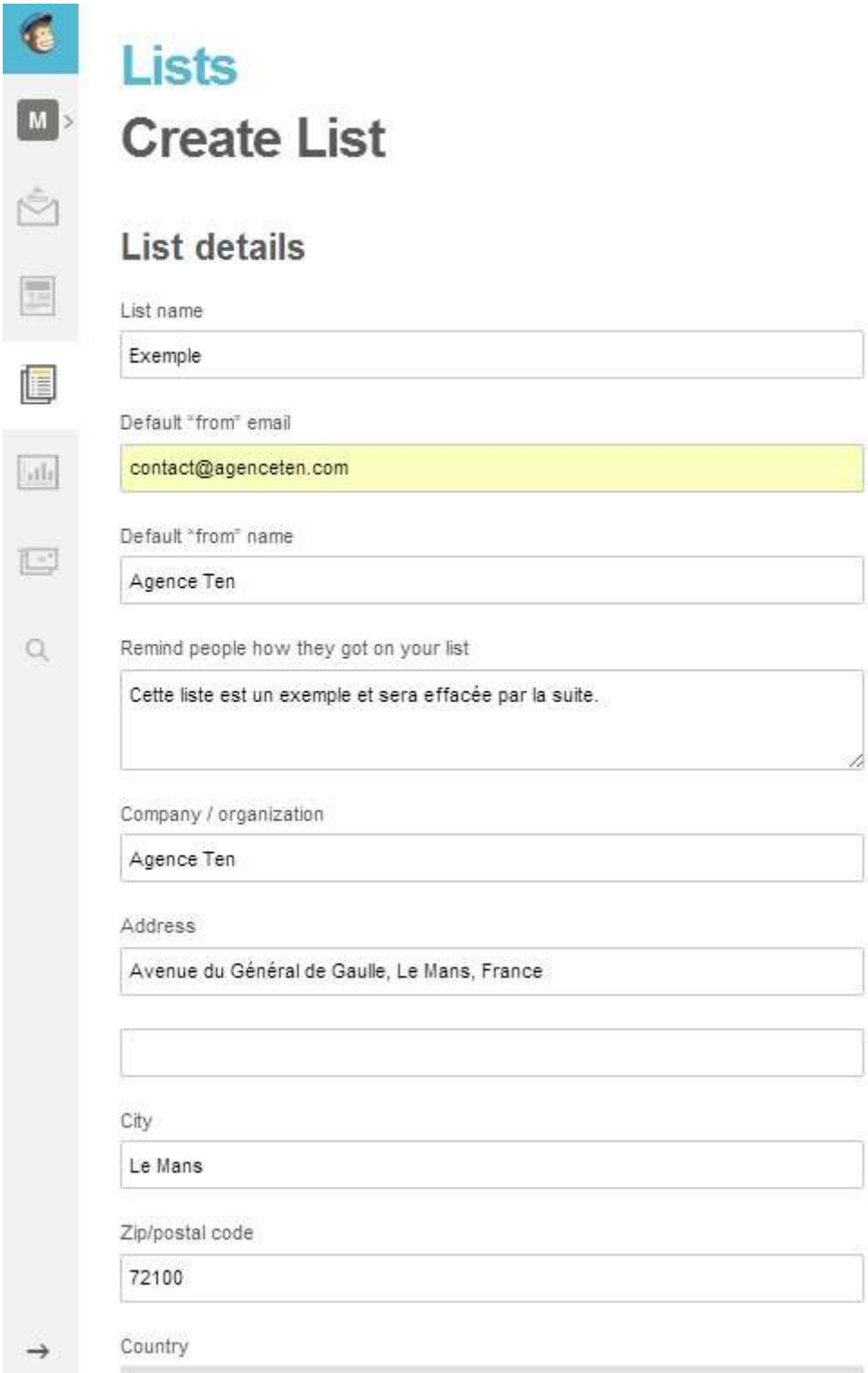
Fonctions générales

L'onglet « Lists » vous permet de créer, gérer et supprimer des listes d'abonnés grâce au sous-menu « Manage subscribers ». Vous pouvez obtenir les statistiques de vos listes en cliquant sur « Stats ».
Vous pouvez créer des formulaires d'inscription à votre liste d'abonnées (inscription newsletter) grâce au sous-menu « Signup forms ».
Vous pouvez également importer de nouveaux contacts dans votre liste (à l'aide d'un copier-coller Excel par exemple), exporter votre liste, la dupliquer ou même la combiner avec une autre.

Création d'une liste

Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

Pour créer une liste, il vous suffit de cliquer sur « create a list » et vous aurez ainsi accès à la page suivante :

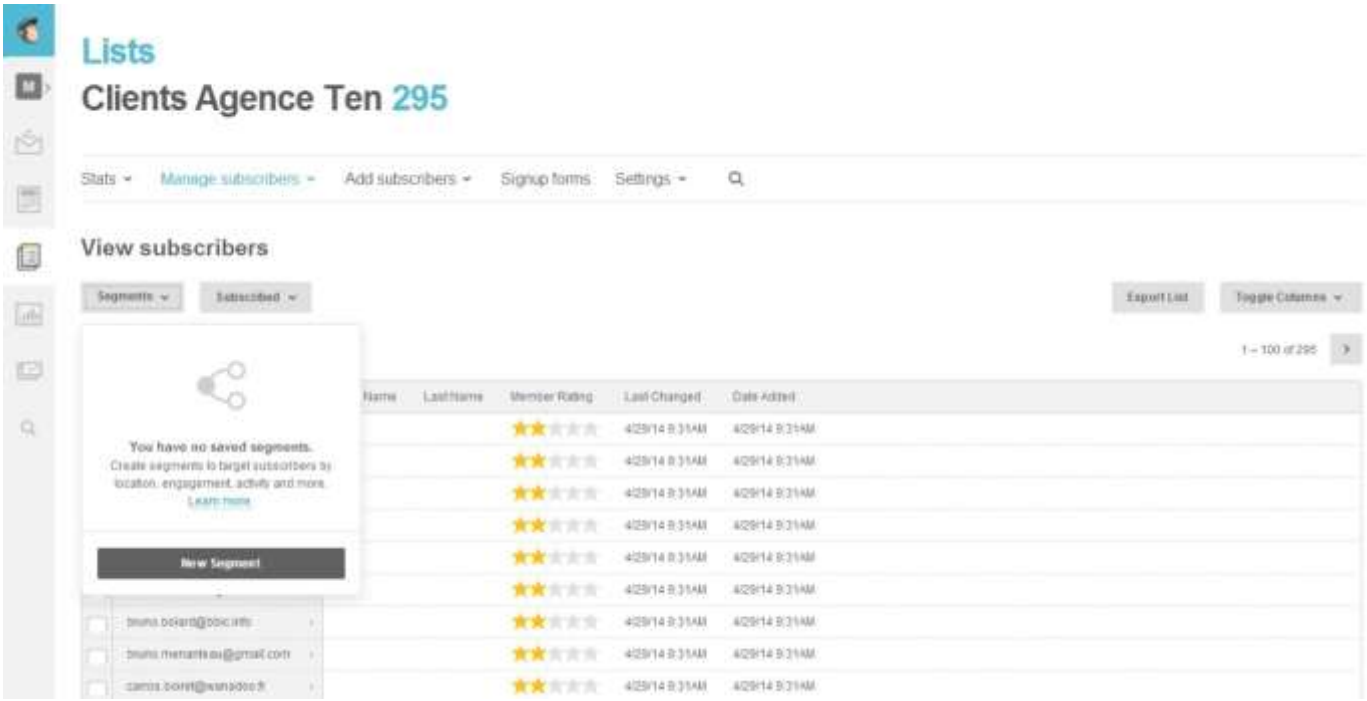


Il s'agit ensuite de donner un nom à votre liste, ainsi qu'un expéditeur par défaut. Il vous faudra ensuite importer vos souscripteurs/contacts.

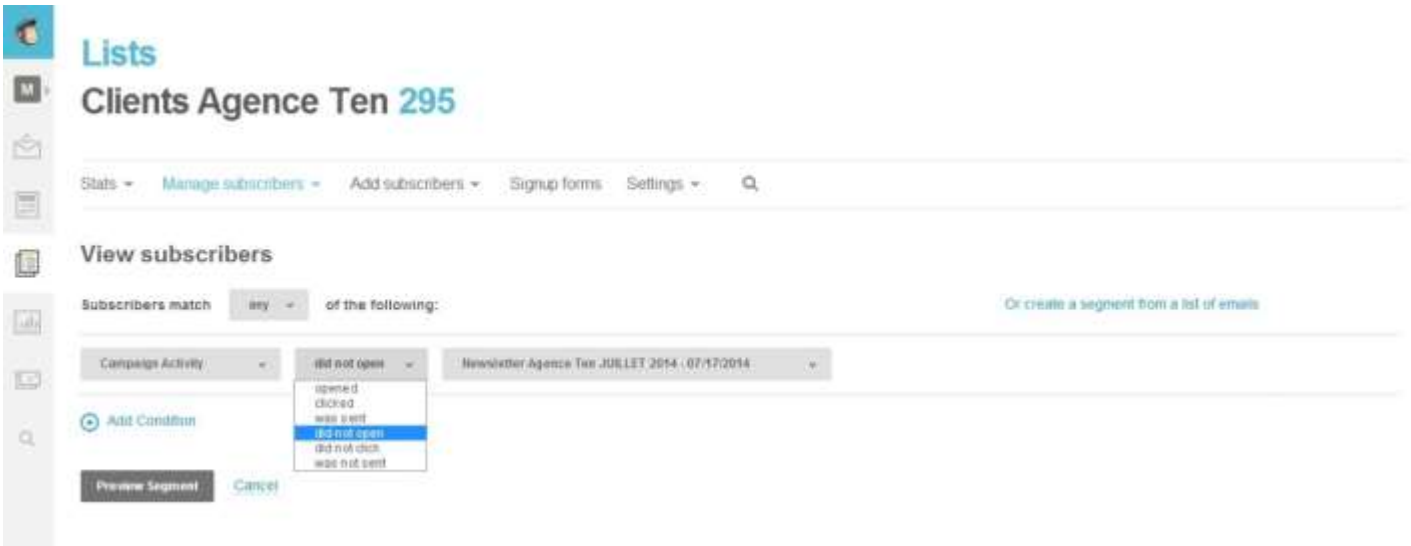
Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

Création d'un segment

Après plusieurs envoie d'emailing (ou même avant), il est important de segmenter sa base de données afin de mieux cibler ses abonnés.



Pour créer un segment, entrez dans la liste de votre choix et cliquez sur « Segments » puis « New Segment ».

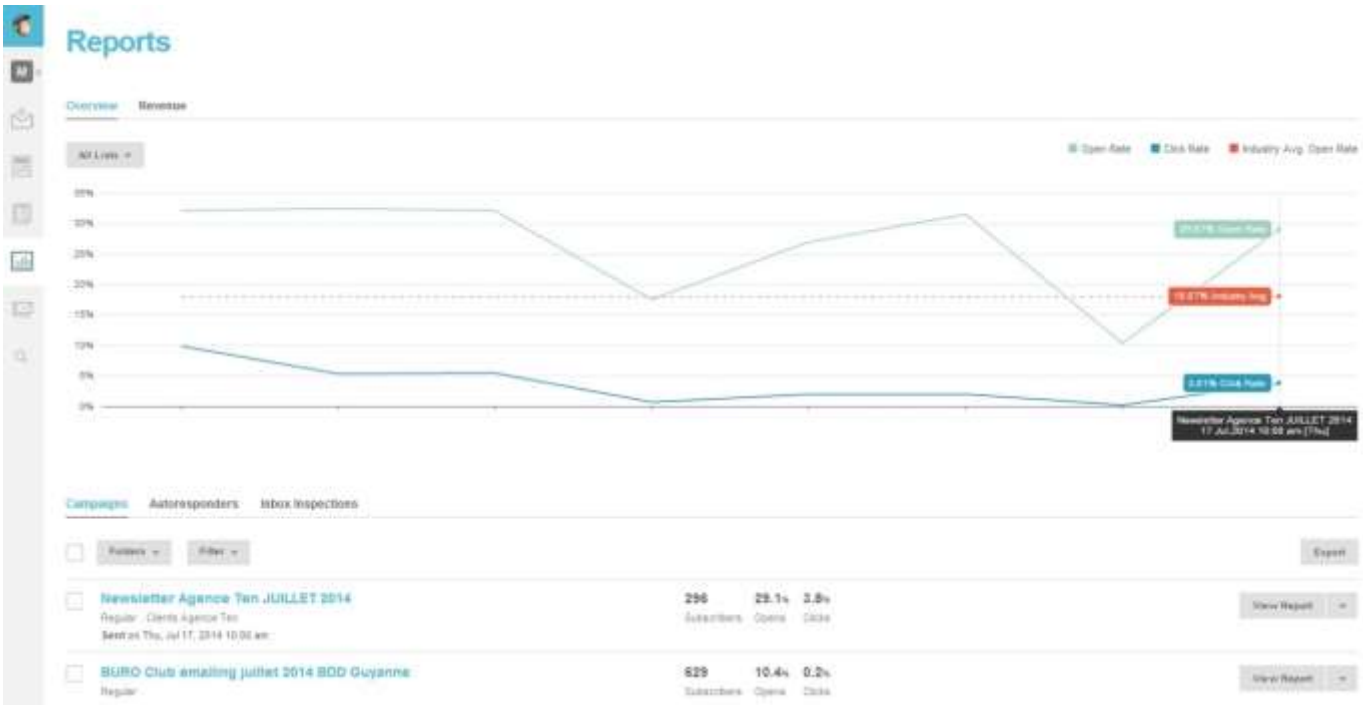


Vous devez ensuite « ajouter des conditions » pour créer vos segments comme par exemple : « Ne voir que les gens qui ont ouvert la newsletter du XX » ou encore « Ne voir que les gens qui n'ont pas ouvert (ou pas cliqué) la newsletter du XX ». Vous pouvez ensuite sélectionner tous les abonnés de votre segment puis les exporter ou les supprimer.

Vous pouvez aussi simplement créer un segment en fonction à partir d'une liste d'emails.

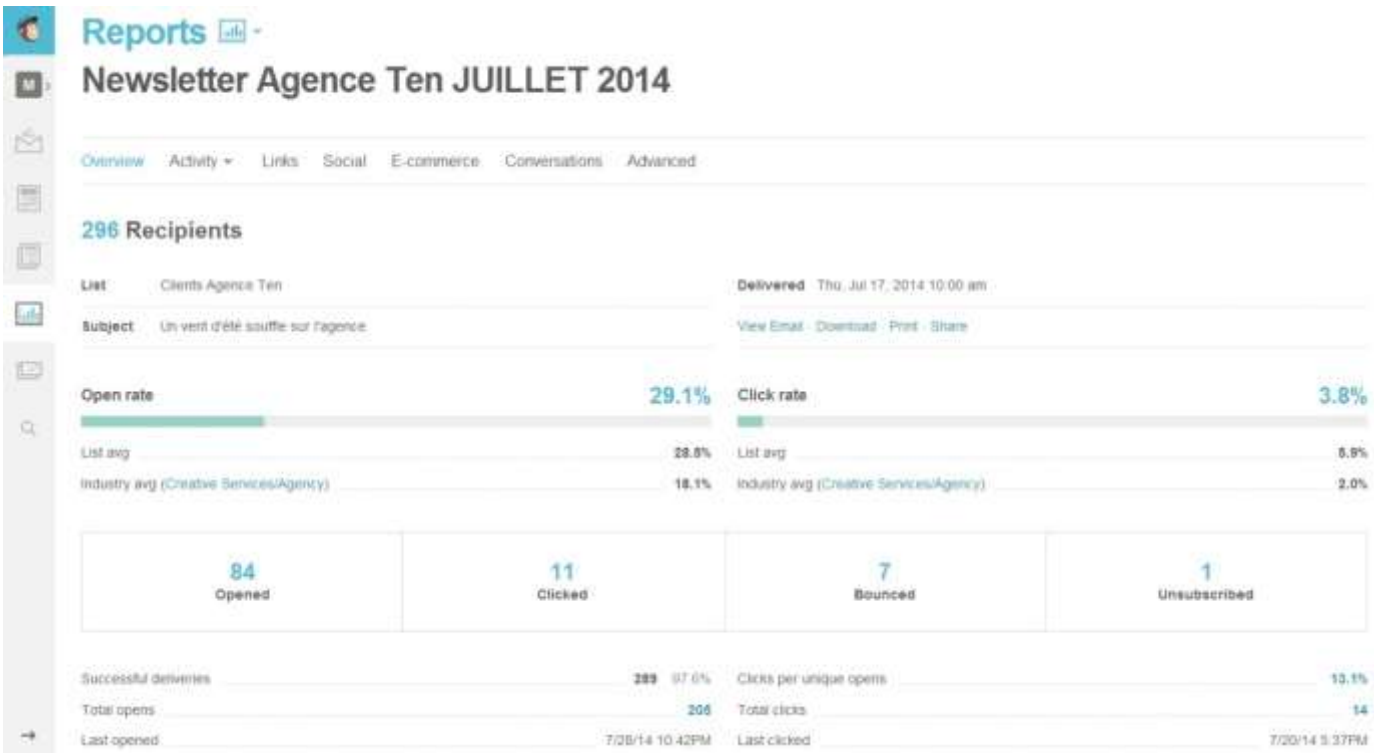
Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

V) L'onglet « Reports»



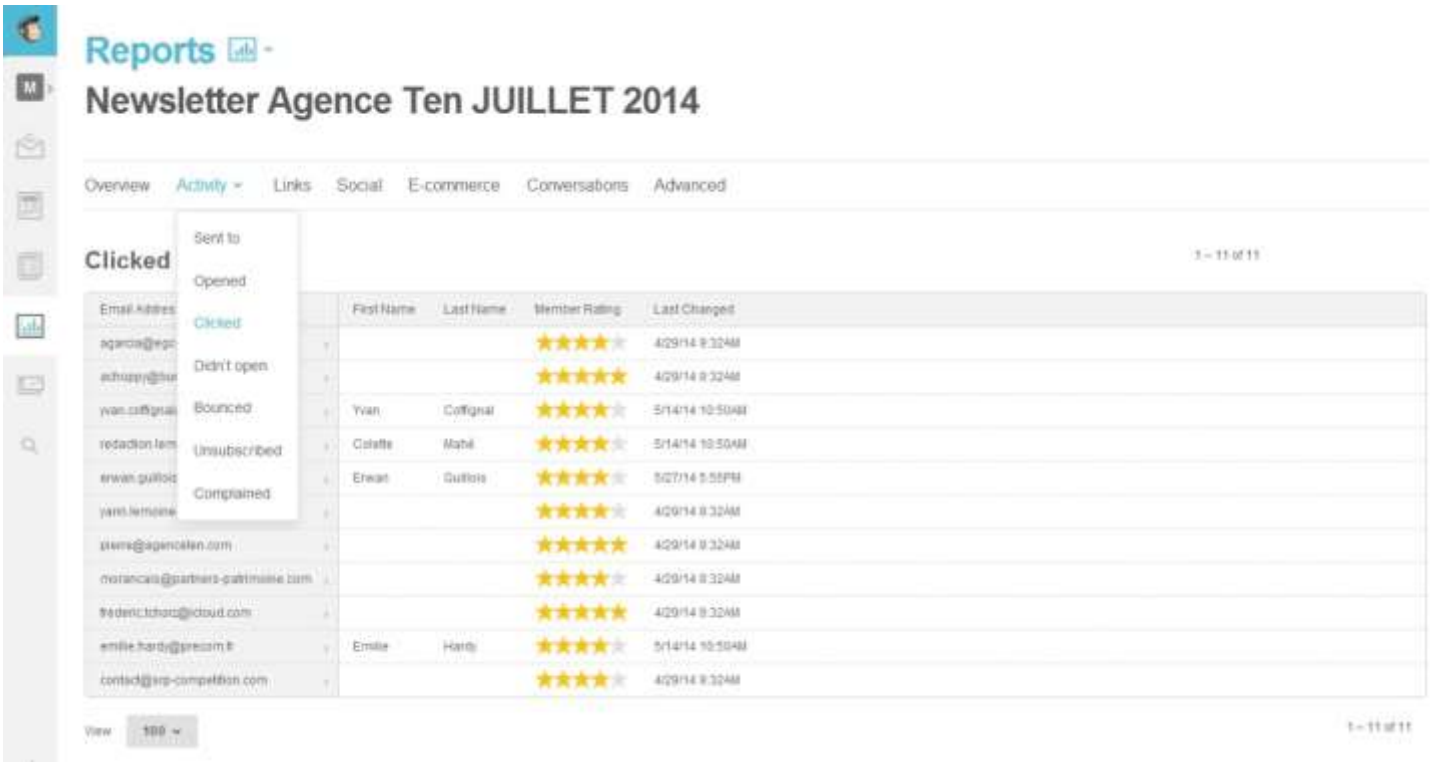
Dans cet onglet, vous pourrez voir toutes les statistiques de vos différentes campagnes.
Mailchimp fournit des rapports complets et poussés que vous pouvez imprimer ou télécharger.

Des statistiques détaillés



Pour obtenir les statistiques détaillées d'une campagne, il vous suffit de cliquer sur celle-ci. Vous pourrez ainsi connaître le nombre d'ouvertures uniques, le nombre d'ouvertures totales, le nombre de clics uniques, le nombre de clics totals, qui sont les personnes qui ouvrent vos newsletters, quels sont les liens les plus cliqués et par qui et pleins d'autres choses encore.

Pour avoir tous les détails, cliquez sur « Activity » et sélectionnez le sous menu qui vous intéresse (ouvert, non ouvert, cliqués, rebonds, désinscription, les plaintes d'abus).
Dans l'exemple ci-dessous, nous avons les adresses emails des abonnés qui ont cliqué sur un des liens de la newsletter. Pour savoir sur quel lien il a cliqué, il suffit de cliquer sur son adresse email. Nous pouvons obtenir le même résultat plus rapidement en cliquant sur « Links » puis sur le lien qui nous intéresse. L'email des personnes qui ont cliqué sur ce lien apparaitra sur l'écran.



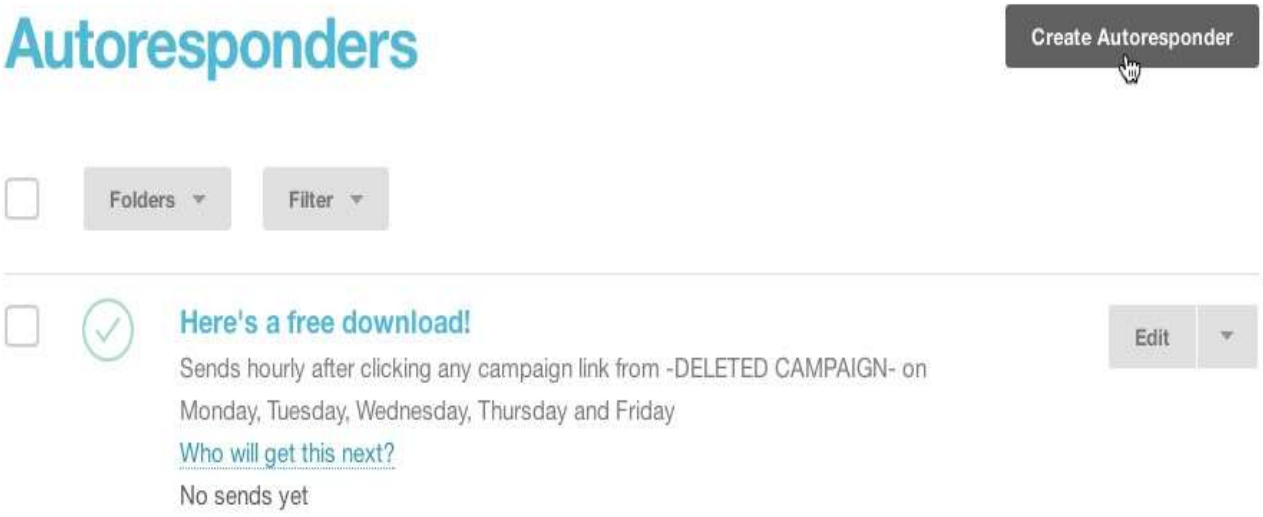
VI) L'onglet « Autoresponders»

Cet onglet permet d'envoyer des emails automatisés. Ces e-mails se déclenchent après que les gens se soient abonnés à la newsletter, aient ouvert la newsletter ou après qu'ils aient cliqué sur un des liens selon les conditions choisies. La fonctionnalité « Autoresponders » est disponible uniquement si vous disposez d'un compte payant.

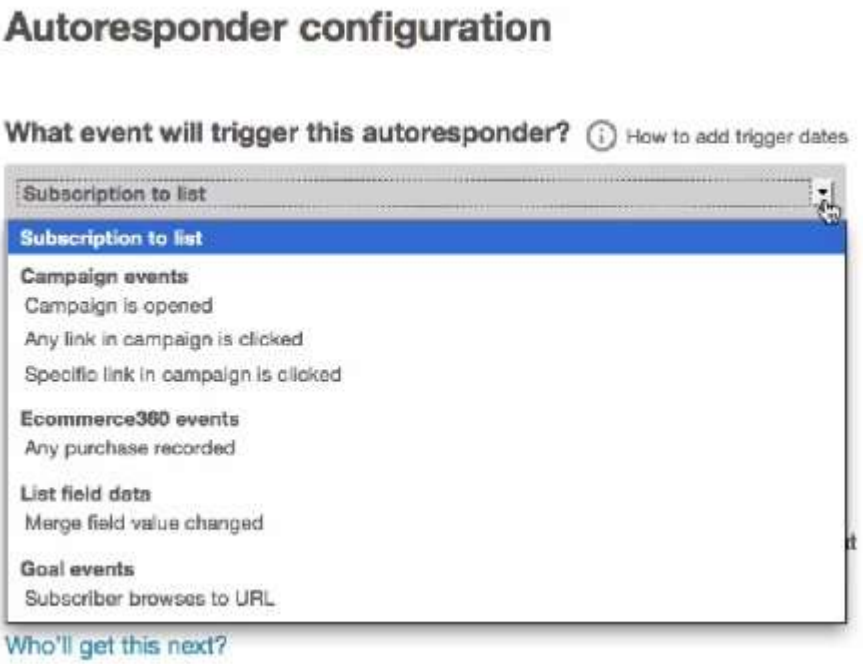
Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

Créer un répondeur automatique

Cliquez sur « Create Autoresponder »

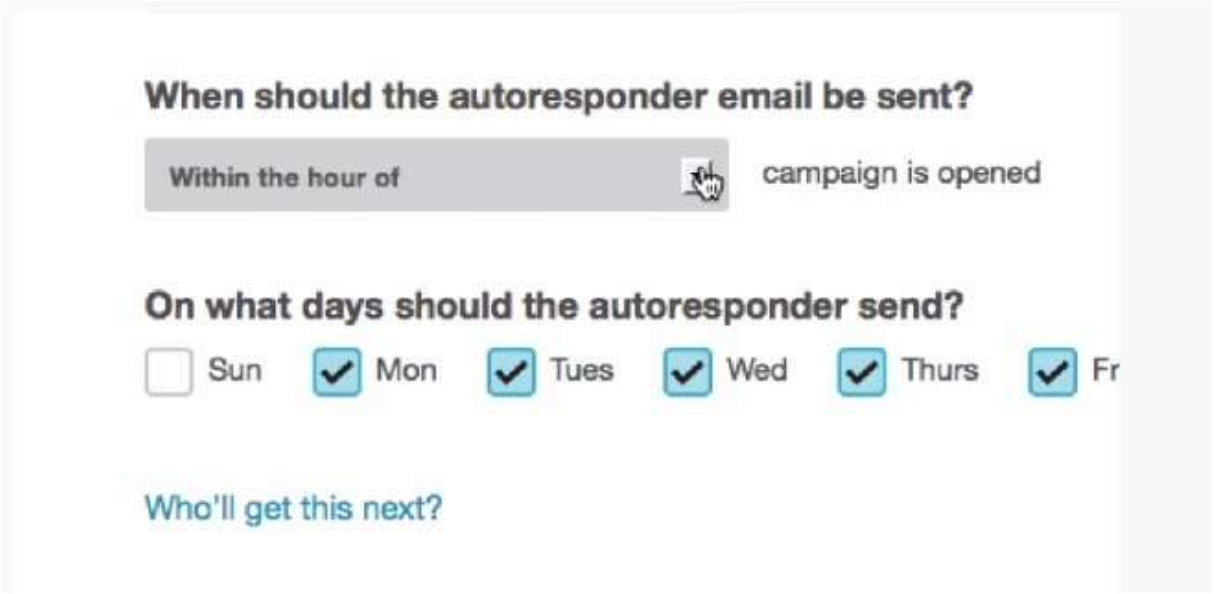


Sélectionnez une liste d'envoi pour votre répondeur.
Pour envoyer à un segment de votre liste , cliquez sur « *sent to a segment »* et ajouter vos conditions de segmentation. Une fois que vous avez sélectionné votre liste ou la création de votre segment, passez à l'étape suivante.



Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales

Vous allez ensuite définir les configurations de votre répondeur (sous quel événement va se déclencher ce répondeur automatique ?), sélectionnez une option du menu déroulant (par exemple, envoyer un mail lorsqu'un abonné ouvre la campagne). Un mail sera envoyé en fonction de cette condition dès l'activation de votre répondeur.



Vous devez ensuite choisir quand vous voulez que l'email soit envoyé aux abonnés qui correspondent aux critères de déclenchement (heure et jour de la semaine).

Par la suite, la construction de l'email répondeur est la même qu'une campagne régulière (conception). Il sera donc nécessaire de renseigner les informations concernant votre campagne et de concevoir un email à envoyer (conception graphique ou utilisation de templates possible) puis de confirmer la mise en place du répondeur.

Astuce : Vous pouvez avoir le rapport statistique du répondeur automatique dans l'onglet « Reports », menu « Autoresponder »

Copyright Manon Schiavo – Ne pas utiliser à des fins commerciales